

## ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

Лабкова О.П.

Могилевский государственный университет продовольствия  
г. Могилев, Республика Беларусь

Организация сбыта продукции является завершающей стадией производственного цикла. В условиях рыночной экономики это один из важнейших этапов работы всего предприятия и каждого работника. Сбыт продукции оказывает влияние на ход производства. Для создания четкой, ритмичной работы предприятия следует уделять внимание равномерному распределению объемов производства по кварталам и месяцам с тем, чтобы продукция ритмично поступала в товаропроводящую сеть. В конечном итоге результативность хозяйственной деятельности предприятия определяется выполнением договоров по номенклатуре и срокам поставок.

Процесс реализации продукции можно разделить на четыре периода. Первый период фактически сводится к заключению договоров на поставку продукции. Второй включает составление плана реализации продукции и остатков нереализованной продукции на складе отдела сбыта предприятия. В третьем периоде реализации происходит отгрузка продукции потребителям. Важное значение этот период имеет при оценке выполнения обязательств по реализации продукции с учетом соблюдения предприятием условий подписанных договоров-поставок. Процесс реализации заканчивается четвертым периодом, который характеризуется поступлением денег на расчетный счет предприятия-поставщика.

На процесс реализации оказывают влияние многие факторы, среди которых можно назвать следующие: установленные сроки поставки продукции; увеличение выпуска продукции за счет прироста и улучшения использования производственных мощностей и основных фондов; производительность труда; ввод в действие новых мощностей и оборудования; обеспечение равномерной загрузки производственных подразделений; повышение серийности производства; количество рабочих дней в каждом квартале; сезонность и сменность работы; сезонность реализации продукции; возможность выбытия основных фондов, а также остановки отдельных цехов по различным производственно-техническим или организационным причинам; снятие с производства устаревшей, нерентабельной продукции, не находящей потребителей.

Решение проблемы повышения надежности, стабильности и доходности производства диктует необходимость создания действенного структурного подразделения предприятия по реализации продукции. Данное подразделение может быть представлено товаропроводящей сетью, в состав которой входят магазины оптовой и розничной торговли, сеть фирменных магазинов и товарных баз. Предприятие может воспользоваться услугами посредников. Торговый посредник может быть юридическим или физическим лицом, который принимает на себя обязательства содействия и продавцам, и покупателям товаров в установлении договорных связей между ними. Однако посредник может осуществлять закупки товаров для целей последующей их продажи на обусловленных покупателем условиях, которые могут содержать, например, размер партии, срок поставки, способ отгрузки и другие параметры.

Спрос на посреднические операции постоянно растет, поскольку это сказывается на снижении расходов производства.